COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 4 janvier 2016

Mediametrie

Audience Internet Ordinateur en France en novembre 2015

5,2 millions d'internautes consultent chaque jour un site de Banque

En novembre 2015, 23,7 millions de Français ont consulté au moins une fois, au cours du mois, un site de la sous-catégorie « Banque » sur ordinateur, soit un internaute sur 2 (49,9%). Au quotidien, on dénombre 5,2 millions de visiteurs uniques. En moyenne, les internautes se sont rendus près de 7 jours dans le mois sur ces sites.

Les internautes consultent plus les sites bancaires la semaine que le weekend. 5,8 millions d'internautes se sont connectés aux sites de cette sous-catégorie sur un jour moyen de semaine, soit 1,7 million de visiteurs uniques de plus que le weekend.

Les CSP+ apprécient particulièrement les sites bancaires : 9 millions d'entre eux ont consulté au moins un site bancaire, soit plus de deux individus CSP+ sur 3. Ils composent ainsi 37,9% de l'audience alors qu'ils représentent 27,8% de l'ensemble des internautes.

En novembre 2015, le Crédit Agricole se hisse en tête du classement avec 7,8 millions de visiteurs uniques. Il est suivi de La Banque Postale et de la Société Générale avec respectivement 4,7 et 4,3 millions de visiteurs uniques. Arrivent ensuite la Caisse d'Epargne et le Crédit Mutuel.

Top 5 des sites de la sous-catégorie « Banque » en novembre 2015

Rang	Marques	Visiteurs uniques	Visiteurs uniques par jour moyen	Couverture
1	Crédit Agricole	**7 755 000**	1 455 000	16,4%
2	La Banque Postale	**4 660 000**	846 000	9,8%
3	Société Générale	**4 262 000**	530 000	9,0%
4	Caisse D'Epargne	**4 108 000**	714 000	8,7%
5	Credit Mutuel	**3 780 000**	631 000	8,0%

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – novembre 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

mediametrie // NetRatings

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Audience Internet Ordinateur en France en novembre 2015

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	40 957 000
2	Microsoft	34 669 000
3	Facebook	25 954 000
4	Groupe Figaro	24 045 000
5	Webedia	21 199 000
6	Orange	20 421 000
7	Amazon	19 898 000
8	Solocal Group	18 496 000
9	Vivendi	17 391 000
10	Schibsted	16 737 000
11	Groupe Lagardere	16 598 000
12	Wikimedia Foundation	16 063 000
13	Iliad	15 171 000
14	Groupe Le Monde	14 567 000
15	Groupe Auchan	14 156 000
16	M6	13 406 000
17	Yahoo	12 909 000
18	Groupe Casino	12 806 000
19	Prisma Media	12 724 000
20	Groupe TF1	12 538 000
21	La Poste	12 355 000
22	francetélévisions	12 111 000
23	Groupe Credit Agricole	11 673 000
23	Altice Media Group	11 673 000
25	Groupe Amaury	11 425 000
26	Fnac	11 089 000
27	Groupe Numericable - SFR	11 047 000
28	auFeminin	10 911 000
29	Next Radio TV	10 465 000
30	eBay	10 337 000
31	Association VideoLAN	9 757 000
32	Apple Computer	9 743 000
33	Ministere de l Education Nationale	9 300 000
34	Gouvernement Francais	9 236 000
35	Carrefour	8 284 000
36	20 Minutes France	8 272 000
37	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	8 143 000
38	Mondadori	7 890 000
39	PriceMinister	6 999 000
40	SNCF France	6 964 000
41	E.Leclerc	6 662 000
42	Societe Generale	6 660 000
43	Assurance Maladie	6 615 000
44	DARTY	6 409 000
45	Twitter	6 346 000
46	OTTO	6 218 000
47	La Redoute	6 133 000
48	Meteo France	6 127 000
49	Oredis	5 986 000
50	InterActiveCorp	5 832 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – novembre 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en novembre 2015

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	39 982 000	16 203 000
2	Facebook	25 796 000	7 925 000
3	Microsoft	24 423 000	3 543 000
4	YouTube	22 597 000	3 983 000
5	Amazon	19 615 000	2 401 000
6	Orange - T	18 863 000	5 372 000
7	Leboncoin.fr - TS OJD	16 706 000	2 926 000
8	Windows Live	16 384 000	2 805 000
9	Wikipedia	15 869 000	1 871 000
10	Free	14 548 000	1 779 000
11	PagesJaunes	14 254 000	1 289 000
12	Skype	14 124 000	4 524 000
13	France Televisions - TS OJD	12 111 000	1 131 000
14	Cdiscount	11 922 000	1 069 000
15	Yahoo - T	11 447 000	2 613 000
16	Le Figaro - TS OJD	11 043 000	1 092 000
17	Fnac	11 039 000	845 000
18	Blogger	10 599 000	927 000
19	SFR	10 359 000	1 760 000
20	CommentCaMarche - TS	10 128 000	630 000
21	Dailymotion - TS	9 801 000	708 000
22	Le Monde - TS OJD	9 793 000	1 059 000
23	Videolan	9 753 000	1 455 000
24	Apple	9 726 000	1 242 000
25	Linternaute.com - TS	8 721 000	578 000
26	OverBlog	8 683 000	594 000
27	Outlook (Outlook.com)	8 445 000	1 915 000
28	20minutes.fr - TS OJD	8 272 000	705 000
29	MSN - T	8 258 000	1 769 000
30	eBay	8 177 000	1 047 000
31	L Express.fr - TS OJD	7 887 000	579 000
32	Le Parisien - TS OJD	7 881 000	670 000
33	Credit Agricole	7 755 000	1 455 000
34	AlloCine - TS	7 729 000	615 000
35	Marmiton - TS	7 612 000	476 000
36	Bing	7 569 000	1 177 000
37	Carrefour	7 345 000	580 000
38	BFM TV - TS OJD	7 291 000	537 000
39	MYTF1 - T	7 231 000	643 000
40	impots.gouv.fr	7 217 000	447 000
41	L Obs - TS OJD	7 117 000	559 000
42	PriceMinister	6 948 000	578 000
43	Tele Loisirs - TS OJD	6 903 000	960 000
44	Assurance Maladie	6 604 000	517 000
45	LA POSTE	6 497 000	1 003 000
46	Mappy	6 384 000	422 000
47	Twitter.com	6 287 000	698 000
48	E.Leclerc	6 253 000	478 000
49	CanalBlog - TS	6 203 000	419 000
50	Darty	6 140 000	399 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – novembre 2015 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média…

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Benoît DAVID
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr